

## Uma Análise da Narrativa Transmidiática no Universo Cinematográfico Marvel<sup>1</sup>

Fábio PATAQUINE<sup>2</sup>

Rodrigo FOLLIS<sup>3</sup>

Centro Universitário Adventista de São Paulo, Engenheiro Coelho, SP

### RESUMO

Este trabalho propõe compreender como a autodenominada iniciativa transmidiática tornou-se uma possibilidade narrativa. É possível melhorar a adaptação de uma mídia, e trazer novas possibilidades de expansão para um universo inicialmente contido. Constitui-se em uma narrativa transmídia, no qual cada produto midiático analisado contribui de forma única para a formação da narrativa em sua totalidade. Para isto, aborda-se como as produções cinematográficas da Marvel Studios estão se tornando cada vez mais complexas ao se espalharem por múltiplas mídias. Nesse contexto, procura-se entender se este objeto caracteriza-se como uma das tendências da complexificação na contemporaneidade em relação ao entretenimento.

**PALAVRAS-CHAVE:** HQ's; Marvel; Cinema; Transmídia; Convergência.

O cotidiano do ser humano mudou com o passar dos anos, e ultimamente a mídia está efetivamente presente na sociedade. O conceito mídia apresentado pelo Dicionário de Comunicação, é o “conjunto dos meios de comunicação existentes em uma área, ou disponíveis para uma determinada estratégia de comunicação” (BARBOSA; RABAÇA, 2001, p. 490). Neste estudo, a mídia será entendida como meio/canal de veiculação de conteúdo. Há diversos meios de convergir a mídia, ou seja, expor o conteúdo em diversas plataformas. Jenkins (2008, p. 27) define convergência como:

O fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam.

Essa é uma forma de alcançar diversos públicos em diferentes plataformas, mas também serve para que esteja disponível ao consumidor um complemento a determinado

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 05 – Rádio, TV e Internet do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 17 a 19 de junho de 2016.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp). E-mail: [fabiopataquine@hotmail.com](mailto:fabiopataquine@hotmail.com)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Mestre em Comunicação Social e doutorando em Ciências da Religião pela Universidade Metodista de São Paulo. Professor no Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp). E-mail: [rodrigo.follis@unasp.edu.br](mailto:rodrigo.follis@unasp.edu.br).

produto. Pensando nisso, entende-se que quanto mais plataformas diferentes, e mais conteúdos complementares, mais o produto repercutirá. Os conteúdos não podem estar em apenas diferentes mídias, mas precisam estar com assuntos que se complementem. Esta é uma forma de conceder ao consumidor a oportunidade de escolher uma ou mais plataformas. Desta maneira, o consumidor que decidir por apenas uma plataforma, não perderá o conteúdo principal, e aquele que decidir percorrer por mais de uma, adquirirá conteúdos extras.

Os conceitos de convergência e transmídia demonstram com maior eficiência a popularização dos produtos da chamada cultura de massa. O cinema, por sua vez, uma das mais eficazes ferramentas de comunicação em massa, vem sendo usado como ponto de partida para o desenvolvimento de projetos fragmentados multimidiaticamente. Histórias que antes estavam somente em quadrinhos começaram a ganhar espaço em outras mídias. A Marvel Comics foi uma das pioneiras em levar suas histórias em quadrinhos à outras mídias de maneira planejada e intencional. Uma de suas estratégias mais eficientes foi utilizando o universo cinematográfico, que representou uma grande mudança de paradigma, pois não se acreditava na rentabilidade mercadológica e midiática de tais histórias em mídias alternativas.

Posteriormente, nasceu a Marvel Studios, que deu início a uma nova estratégia de negócios, os direitos cinematográficos não eram mais vendidos a outros estúdios. A partir de agora, ela mesma tornou-se responsável pelo desenvolvimento criativo e adaptação de suas obras. A Marvel começou a pôr em prática o projeto de adaptação dos quadrinhos para o cinema em 2008, desde então todos seus filmes são conectados e passam a fazer parte do universo cinematográfico que é dividido em fases narrativas. Em 2012 a primeira fase do universo cinematográfico foi encerrada com os Vingadores.

A Marvel se tornou líder no segmento de entretenimento, se transformando deverás importante neste estudo, pois se utilizou, para tanto, de muitas ferramentas transmidiáticas, tal como preditas por Jenkins, o que justificamos como parte importante do seu sucesso. Assim, ao pensarmos as novas relações sociais e de mercado que surgem a partir de uma realidade cibercultural, acreditamos ser relevante tal estudo de caso tal como aqui se apresenta.

A problemática consiste em apresentar qual é o pensamento de Henry Jenkins sobre convergência e transmídia, contextualizar o que foi a Marvel Comics e o que é a Marvel Studios e relacionar como ela utiliza tais conceitos. Portanto, Qual a relação do conceito proposto por Jenkins (2008) aplicado ao universo Marvel? O caminho metodológico utilizado foi o de separar os diferentes objetos para, posteriormente, encontrar os traços que os conectam.

## ENTENDENDO A TRANSMÍDIA

O termo transmídia surgiu na revista *Technology Review*, em 2003, três anos mais tarde aperfeiçoou o conceito no livro *Cultura da Convergência*, publicado no Brasil em 2008. Estando interessado especificamente no filme *Matrix*<sup>4</sup>, o autor dizia que a experiência dos irmãos Wachowski se expandia além das telas do cinema, constituindo-se numa narrativa transmidiática (Alzamora; Tárzia, 2012). Jenkins argumenta que uma história transmidiática se desenrola através de diversos suportes midiáticos, cada novo texto diferente contribui de maneira complementar ao outro. O texto ainda aborda que:

Na forma ideal de narrativa transmidiática, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo (JENKINS, 2008, p. 135).

A comunicação e suas possibilidades são diversas, pois elas aparecem e se espalham todo o tempo, essa é a cultura contemporânea, midiaticizada pelas novas mídias. Com nova cultura, a distribuição de conteúdo pode ser feita pelos seus próprios usuários, mesmo que essa não seja a sua intenção.

O conceito de inteligência coletiva (Levy, 2004), se faz presente na convergência, pois o conhecimento de algum assunto é desenvolvido a partir da inclusão de muitas partes ativas no processo de comunicação. Devido a essa interação, a compreensão do assunto oferecido torna-se mais ampliada.

Segundo Santaella (2001, p.38), o receptor absorve a informação em várias facetas, permeando de uma mídia à outra: como ouvinte, espectador e/ou leitor. Desta forma, cria a sua opinião a partir pluralidade de fontes.

A expressão “o meio é a mensagem” citada pelo sociólogo Marshall McLuhan (1974), surgiu quando ele decidiu analisar os fenômenos dos meios de comunicação e sua relação com a sociedade. Este conceito traz a análise da importância do meio em comparação com o conteúdo. McLuhan (1974) ressalta a importância do meio e o mostra não apenas como um canal de passagem ou veículo de transmissão. Desta forma, cada meio específico tem suas características e efeitos únicos, ou seja, o mais importante não é o conteúdo da mensagem, mas sim o canal através do qual ela é transmitida.

---

<sup>4</sup> Matrix: EUA. 2012. 143 min. Direção: Irmãos Wachowski.

Tendo em vista que o conteúdo pode estar em diversos meios e que esses meios são mais importantes que o conteúdo, é possível identificar um fenômeno dentro da convergência, chamado efeito transmidiático.

Segundo Jenkins (2008), a narrativa transmídia é contar a história ou expor o conteúdo em diversas mídias, sendo que cada parte colabora de maneira valiosa para todo. Esse fenômeno acompanha as novas tecnologias, como por exemplo, uma história em quadrinho interagir com um filme e um filme com uma série de televisão. Essa forma pode ser eficaz se cada mídia fizer o que faz de melhor. Elas devem criar conteúdos diferentes e que se conectam de alguma forma, porém é importante não as deixar dependentes. Desta forma, é possível consumir apenas um produto midiático e entender a narrativa.

De acordo com Briggs e Burke (2004, 270) “convergência [...] é aplicada ao desenvolvimento tecnológico digital, à integração de texto, números, imagens, sons e a diversos elementos na mídia”. Portanto a convergência pode ser feita também dentro de um conteúdo, abrangendo propositalmente diversos elementos com o objetivo de prender a atenção do consumidor.

## **MARVEL ENTERTAINMENT**

Segundo Wright (2003), foi criada nos estados Unidos em 1930 a chamada inicialmente de Timely Publications, a então mundialmente conhecida Marvel Comics. No ano de 1960 a mesma passou a ser conhecida por sua inovação na nova categoria de super-heróis, reforçando o mercado de histórias em quadrinhos, que até então estava passando por mais uma de suas maiores crises. A Marvel Comics se estabeleceu como a editora que lançou o “super-herói moderno”, que apresentava falhas e problemas, ou seja, considerado mais humano. Com as histórias em quadrinhos do *Quarteto Fantástico*, *O incrível Hulk*, *Homem-Aranha*, *Homem de Ferro*, *Thor* e *Os Vingadores* – que na sua grande maioria foram criados por Stan Lee e Jack Kirby, um dos ícones dessa “mudança” de cenário foi o duo Homem-Aranha-Peter Parker. O personagem passou por problemas que humanos passam, como: tirar notas baixas, não ter dinheiro para o aluguel e perder a namorada. Essa alteração de cenário, feita por Lee e Kirby, foi uma grande revolução no mercado editorial de quadrinhos na época. Deixando como exceções os personagens Capitão América, Tocha Humana original e Namor, pois foram criados no período da Timely.

A revista do grupo *Os Vingadores* foi criada em 1963. Sua primeira formação era composta por Hulk, Homem de Ferro, Homem-Formiga, Vespa e Thor, sem o famoso

Capitão América. A história do Capitão América emaranhava-se com os fatos que estavam acontecendo na época, praticamente 20 anos após o fim da Segunda Guerra e no período da Guerra do Vietnã. Os heróis patriotas como ele estavam em baixa.

Entretanto, o personagem não ficou muito tempo no esquecimento e voltou como líder dos Vingadores anos após a criação do grupo. A solução encontrada para incluí-lo neste universo narrativo, foi ele ter 20 anos a mais do que todos os personagens, e complementar a história com o fato de ele ter ficado congelado dentro de um bloco de gelo durante anos, depois de ter sido considerado como morto.

Desde então, novos filmes foram lançados com essa temática. Entretanto, o Universo Cinematográfico Marvel (MCU), se assemelha mais abertamente, no que é considerado nos quadrinhos como o universo *Ultimate*, que são inúmeras histórias em quadrinhos lançadas a partir dos anos 2000 batizadas como *Supremos* no mercado brasileiro. Esse universo *Ultimate* se consistiu em diversas recontagens das narrativas criadas nos mais de 70 anos de história da Marvel. Sua ideia foi e continua sendo, atualizar as origens dos heróis e contextualizar seu universo ficcional de forma cronológica e cultural, buscando proximidade com o público.

## **APLICAÇÃO TRANSMIDIÁTICA NA MARVEL**

A transmídia, como visto anteriormente, é o efeito de ter a história contada em diversas mídias. Para que isso fosse possível, precisou-se criar uma subdivisão na Marvel Comics. Então surgiu a Marvel Studios, responsável especificamente pelas produções cinematográficas audiovisuais, ganhando o nome de Universo Cinematográfico Marvel (Marvel Cinematic Universe). Da mesma forma, a base editorial criativa deste projeto continuava independente, e mais abrangente, na produção dos quadrinhos e outras obras.

No ano de 2009, todo o grupo Marvel (Marvel Entertainment Group) foi comprado pela Walt Disney Company<sup>5</sup> e, como consequência, todas as enredos de filmes e quadrinhos foram incluídos no grande conglomerado da Disney. Devido a isso, além da distribuição, a companhia ficou responsável também pela produção em escala mundial do audiovisual.

O maior diferencial do Universo Cinematográfico da Marvel, diferentemente do restante do conteúdo produzido pela sua matriz, é a sua narrativa interligada, feita de forma planejada e intencional, exemplificando o que Henry Jenkins (2008) conceitua como transmídia. Além disso, a Marvel Studios adotou um método já reproduzido nos quadrinhos,

---

<sup>5</sup> Disponível em: <<http://exame2.com.br/mobile/revista-exame/noticias/herois-da-marvel-viram-marcas-valiosas-nas-maos-da-disney>>. Acesso em: 20 nov. 15.

em que seus personagens coexistem num mesmo espaço/tempo e que esse plano ficcional se desenvolve nas seguintes obras editoriais.

A teoria de Jenkins (2008) pode ser aplicada na estratégia do MCU, porque suas histórias são desenvolvidas para diversas mídias, e não apenas para o cinema. Dessa forma é possível perceber o conteúdo se complementando também na TV, como é caso do seriado Marvel agentes da S.H.I.E.L.D (*Marvel's Agents of S.H.I.E.L.D*), e até mesmo na mídia impressa, como é o caso dos quadrinhos. Cabe advertir que as histórias em quadrinhos derivadas do MCU não necessariamente fazem parte do Universo regular da Marvel, onde a estrutura dos personagens é mantida, a isso é chamado de “Cânone<sup>6</sup>”, quando algumas peculiaridades ou a origem do personagem é imutável. Porém, quando há um universo paralelo, o mesmo pode sofrer alterações.

Vale ressaltar também a utilização de novas tecnologias, como por exemplo o uso da internet para apreciação do conteúdo por meio de vídeos *on-demand* ou *streaming* trabalhados atualmente pela Netflix<sup>7</sup>. A Netflix já adaptou histórias em quadrinhos da Marvel, como é o caso de Marvel Demolidor<sup>8</sup>, tendo a possibilidade de trabalhá-las em outras mídias, e até ser incluso no MCU.

A Marvel Studios inicialmente organizou seus projetos em três fases, cada fase com anexos de produções singulares que ao término de uma, introduzia a outra. Desta forma, iniciou-se a primeira fase, com lançamento de filmes introdutórios que contextualizavam os personagens. A denominada Fase 1 iniciou-se no filme do *Homem de Ferro* (2008), e encerrou com o lançamento de *Os Vingadores*<sup>9</sup> (2012). O arco da Fase 2 teve seu início em 2013 com o terceiro filme da franquia *Homem de Ferro*<sup>10</sup> (2013) e seu término novamente com a equipe dos Vingadores, no filme *Vingadores: A Era de Ultron*<sup>11</sup> (2015). A fase 3 está atualmente em desenvolvimento, e já introduziu personagens novos, como no filme do *Homem Formiga*<sup>12</sup> (2015), Pantera Negra e Homem Aranha no filme do *Capitão América: Guerra Civil* (2016).

<sup>6</sup> Na Língua Portuguesa o termo adquiriu o significado geral de regra, preceito ou norma.

<sup>7</sup> Netflix é um streaming de internet que veicula filmes e series *on demand*.

<sup>8</sup> *Marvel's Daredevil*: EUA. 2015. 48-59 min. Direção: Drew Goddard

<sup>9</sup> *The Avengers*: EUA. 2012. 143 min. Direção: Joss Whedon.

<sup>10</sup> *Iron Man 3*: EUA. 2013. 130 min. Direção: Shane Black.

<sup>11</sup> *Avengers: Age of Ultron* EUA. 2015. 141 min. Direção: Joss Whedon.

<sup>12</sup> *Ant-man*: EUA. 2015. 117 min. Direção: Peyton Reed.

Afirma-se que cada fase compõe um ciclo narrativo. Neste caso percebe-se que há uma história central e dela é fragmentada várias histórias paralelas, chamadas aqui de subtramas.

A Marvel Studios utiliza diversas estratégias diferenciadas de interligação entre os filmes, como por exemplo os curtas e as cenas pós créditos dos filmes. As cenas pós créditos são transmitidas depois dos créditos, e é uma cena complementar, que serve como um prelúdio a próxima história que será lançada.

Existem duas formas de usar as cenas pós-créditos, no início ou no final do filme. No início, se começa com a cena ou o sentido do pós-créditos do filme anterior, e a cena pode-se encaixar na história atual, e não é necessário o desenvolvimento da mesma. Se a cena pós-créditos aparecer no fim do longa-metragem, ela tem como objetivo ser um prelúdio do próximo filme. Com isso, espera-se que o público reconheça a apresentação da cena, e que identifiquem o sentido da sua exibição, às vezes de forma involuntária.

O estúdio da Marvel também produz curta-metragens, intitulados *Marvel's One-Shot*<sup>13</sup>, que servem para “costurar” seu universo e, muitas vezes “corrigir” algum possível erro em um filme. O primeiro curta da Marvel se chama: *O Consultor*<sup>14</sup> (2011), nele é tratado sobre os eventos resultantes do filme do *Incrível Hulk* (2008), que fazem conexão com o filme do Thor (2011).

A narrativa transmidiática no universo Marvel, fica melhor evidenciada através dos curtas, porque por meio delas, uma história nova é contada, mas inteiramente no contexto da história antiga. Além disso, ela é difundida em uma mídia diferente, neste caso o canal youtube<sup>15</sup>, gerando uma teia de convergência.

O outro curta lançado é nomeado *Item 47*<sup>16</sup> (2012), ele retrata a cidade de Nova Iorque depois da invasão alienígena, retratado anteriormente em *Os Vingadores* (2012). Os efeitos que essa invasão rendeu à cidade e como isso influenciou no futuro da franquia, principalmente em suas séries.

A Marvel lançou mais dois curtas, o *Agente Carter*<sup>17</sup> (2013), que introduz a personagem para sua série vindoura. E o outro e mais curioso chama-se: *Todos Saúdam o*

---

<sup>13</sup> [http://marvelcinematicuniverse.wikia.com/wiki/Marvel\\_One-Shots](http://marvelcinematicuniverse.wikia.com/wiki/Marvel_One-Shots)

<sup>14</sup> The Consultant; EUA. 2011. 4 mim. Direção: Leythum.

<sup>15</sup> YouTube é um site que permite que os seus usuários carreguem e compartilhem vídeos em formato digital. Disponível em: <https://www.youtube.com/> Acesso em: 03 maio 2016

<sup>16</sup> Item 47: EUA. 2012. 12 mim. Direção: Louis D'Esposito

<sup>17</sup> Agent Carter: EUA: 2013. Direção: Louis D'Esposito



*Rei*<sup>18</sup> (2013). Nele o final do terceiro filme do homem de ferro (2013) é descrito por outro ângulo. Tal ângulo tenta mudar de forma bem criativa a maioria das críticas a respeito do vilão apresentado no filme, e deixa uma ponta para se caso o estúdio queira produzir o quarto filme da franquia Homem de Ferro.

Essa percepção involuntária é devido a presença dos chamados *easter eggs*, que são pistas importantes sobre o rumo da história ou de futuras produções. A vontade de conhecer essas informações concede a capacidade de prender a atenção das pessoas, e motive nelas o desejo de entender o assunto. Isso faz com que o espectador queira assistir ao filme anterior da mesma franquia e também o que ainda vai ser lançado. E as cenas pós créditos se enquadram nesse contexto, como publicidade e transmídia, impulsionando o espectador a fazer uma conexão entre os filmes e ficar ansioso pelos próximos.

O filme do Homem de Ferro, foi o primeiro filme do universo cinematográfico da Marvel a ter uma cena pós créditos. Nesta cena é possível ver o encontro do personagem Nick Fury, até então diretor da S.H.I.E.L.D.<sup>19</sup> Encontrando com Tony Stark, e o informando que ele não é o único herói existente, e que a partir de agora ele faz parte de um universo maior. Nick apresenta para o personagem a chamada iniciativa Vingadores. O propósito de Nick Fury era reunir um grupo de pessoas com habilidades especiais, com a finalidade de defender a Terra de possíveis ameaças.

O incrível Hulk (2008)<sup>20</sup>, filme seguinte da franquia, faz diversas referências a criação e utilização de um soro que transforma homens em super-soldados. Este soro é uma tentativa de reproduzir o que aconteceu com Steve Rogers, que o transformou no Capitão América, porém nessa trama não teve sucesso, transformando Bruce Banner, no gigante esmeralda. Na cena pós créditos deste filme aparece Tony Stark avisando o governo que eles estavam montando uma equipe, se referindo a ele, a S.H.I.E.L.D e a equipe dos vingadores.

A produção seguinte foi em 2010, com o segundo filme da franquia do Homem de Ferro, nele fica mais evidente o universo Marvel sendo desenvolvido em paralelo com a trama do filme. São feitas referências ao Capitão América através de um protótipo de seu escudo presente nas coisas do pai de Stark, além da referência ao deus nórdico Thor, o qual protagonizaria o próximo filme da franquia.

---

<sup>18</sup> All Hail the King: EUA: 2013. Direção: Drew Pearce

<sup>19</sup> S.H.I.E.L.D – Strategic Hazard Intervention, Espionage and Logistics Directorate - em Português: Divisão de Logística, Aplicação e Intervenção Estratégica Interna

<sup>20</sup> The Incredible Hulk: EUA. 2008. 112 min. Direção: Louis Leterrier.



Uma das referências começa com uma conversa entre Nick Fury e Tony Stark onde é dito que a “agência está com um sério problema no Novo México”, palavras de Nick. O Agente Coulson, é então designado para ir verificar o que está acontecendo. Vale ressaltar que o Agente Coulson é fundamental para o universo Marvel, servindo como elo entre S.H.I.E.L.D e o Thor, e principalmente para o fenômeno transmídico, pois ele um ano depois, protagonizaria uma série de TV, que intermediaria o tempo entre as produções cinematográficas.

Vale ressaltar que as produções dos filmes do *Thor* (2011)<sup>21</sup>, *Capitão América: O primeiro Vingador*<sup>22</sup> (2012) e *Os vingadores* (2012), destacam a importância do cientista Erik Selvig, introduzido no filme do Thor. Ele é fundamental para o filme dos *Vingadores*, onde o mesmo está sendo recrutado pelo diretor da S.H.I.E.L.D para estudar uma fonte de energia extraterrestre, chamada de *Tesseract*, energia já introduzida 70 anos antes no filme do *Capitão América*. O interessante é que o cientista estava sendo controlado por *Loki*, irmão e antagonista do filme do Thor, o qual se tornaria o vilão e a ameaça para o filme dos *Vingadores*.

O MCU visa também outras mídias, por exemplo o seriado de TV chamado *Marvel's Agents of S.H.I.E.L.D*, veiculado pelo canal americano ABC. A trama segue a partir dos eventos finais do filme dos *Vingadores*, e simultaneamente com o seriado acontece as produções cinematográficas. Nesta série são introduzidos elementos que compõem o arco da fase 2, que segue com mais um filme do *Homem de ferro 3* (2013), seguido por *Thor 2: O mundo Sombrio*<sup>23</sup> (2013). O arco continua com o segundo filme da franquia do *Capitão América* com *Capitão América: O soldado Invernal*<sup>24</sup> (2014).

Junto com o filme foi lançada, pela mesma emissora americana ABC, o seriado *Marvel's Agent Carter*, que conta a história do grande amor do personagem Capitão América com a fundadora da S.H.I.E.L.D., a Agente Carter. O arco da fase 2 continua ainda com: *Guardiões da galáxia*<sup>25</sup> (2014), e se encerra com *Vingadores: A era de Ultron*<sup>26</sup> (2015), dando início a fase 3 do MCU com o filme *Homem Formiga* (2015).

A Marvel Studios fez uso da metodologia usada na fase 1, os pós-créditos, e também o artifício do seriado na fase 2, para criar a fase 3. A segunda fase do arco ficou marcada

---

<sup>21</sup> Thor: EUA. 2011. 143 min. Direção: Kenneth Branagh.

<sup>22</sup> Captain America: The First Avenger: EUA. 2012. 125 min. Direção: Joe Johnston.

<sup>23</sup> Thor: The Dark World: EUA. 2013. 112 min. Direção: Alan Taylor.

<sup>24</sup> Captain America: The Winter Soldier: EUA. 2014. 136 min. Direção: Anthony e Joe Russo.

<sup>25</sup> Guardians of the Galaxy: EUA. 2014. 121 Min. Direção: James Gunn

<sup>26</sup> Avengers: Age of Ultron EUA. 2015. 141 min. Direção: Joss Whedon

principalmente pela busca de 6 joias, chamadas joias do infinito<sup>27</sup>. Algumas delas foram introduzidas na fase 1, como por exemplo, o *Tesseract*, a joia do espaço, capaz de teletransportar. Estando presente nos filmes do *Capitão América*, *Thor* e *Vingadores*.

Nesta fase foi introduzida também a joia da mente capaz de controlar a mente e a atitude das pessoas, presente no cetro usado por Loki nos *Vingadores* (2012), e melhor trabalhada na fase 2, no filme dos *Vingadores: a era de Ultron* (2015). Outra joia introduzida, agora em *Thor 2: O mundo sombrio* (2013), foi a joia da realidade, possivelmente a mais poderosa, permitindo ao portador realizar qualquer desejo. A última apresentada na fase 2 foi em *Guardiões da galáxia* (2014), a joia do poder, que contém acesso a todo o poder e energia que existe ou possa vir a existir, e apoiada nas outras joias, tem seus poderes expandidos. As últimas 2 joias serão apresentadas nas produções da fase 3, sendo a joia do tempo e a joia da alma, e poderão ser introduzidas nos vindouros filmes *Doutor Estranho* (2016), *Homem Aranha* (2017), *Thor: Ragnarok* (2017), *Guardiões da Galáxia 2* (2017), *Pantera Negra* (2018), e se unirão as outras joias em *Vingadores 3 e 4: Guerra Infinita* (2018/2019).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Torna-se evidente a interligação entre os componentes do Universo Cinematográfico da Marvel. Jenkins (2008, p. 158) enfatiza que “nenhuma obra em particular reproduz todos os elementos, mas cada uma deve usar o suficiente para que reconheçamos, à primeira vista, que essas obras pertencem ao mesmo universo ficcional”. Nota-se que já ocorria essa convergência nas linhas editoriais da Marvel Entertainment. Entretanto, a partir da proposta da Marvel Studios e do lançamento da fase 1, 2 e a atual fase 3, apesar disso não ser um feito novo, pode-se perceber o uso da transmídia de forma mais intensa.

Tal como predito, a narrativa transmidiática permite a criação de um universo ficcional ao redor de uma obra. No caso da Marvel, é notável que a migração não se limita apenas ao conteúdo, mas também ações que demandam de um planejamento minucioso à quatro elementos fundamentais sendo eles: história, audiência (receptor), plataformas (canais) e execução. Cada um desses elementos prioriza utilizar-se de suas potencialidades e recursos específicos para expandir a experiência do usuário com o conteúdo ficcional exposto.

---

<sup>27</sup> São seis pedras preciosas de origem cósmica que concedem um grande poder ao seu possuidor

Assim surgem as franquias, conceito que remete a uma extensão e sinergia do conteúdo ficcional. Que está associado a determinada marca que passa a estar exposta para além do seu meio original, que pode influenciar muitos outros terrenos da produção cultural. Além disso, juntamente com as franquias, a economia “afetiva” ganha contornos diferenciados.

Portanto, é notória que a narrativa transmídia proposta por Jenkins se expõe como uma das tendências da complexificação na contemporaneidade em relação ao entretenimento. Esse é o motivo pelo qual surgem projetos como proposto pela Marvel Studios, que através de adaptações e transmídias procuram complementar seu conteúdo, tornando-se verdadeiros arranjos midiáticos refletindo a sociedade (PEREIRA, 2008).

## REFERÊNCIAS

- ALZAMORA, G.; TÁRCIA, L. Convergência e transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo. **Brazilian journalism research**, Brasília, v.8, p. 22-35, n. 1, maio, 2012. Disponível em: <<http://goo.gl/X5gP95>> Acesso em: 13 nov. 2015
- BARBOSA, G.; RABAÇA, A. **Dicionário de Comunicação**. Rio de Janeiro: Campus, 2014.
- BRIGGS, A.; BURKE, P. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- CASTELLS, M.; FERNÁNDEZ-ARDÈVOL, M.; QIU, J; SEY, A. **Comunicación móvil y sociedad: una perspectiva global**. 2ª ed. Barcelona: Ariel. 2007.
- JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- \_\_\_\_\_. Transmedia storytelling. Moving characters from books to films to videogames can make them stronger and more compelling. In: **Technology Review**, Massachusetts, v.105 p. 135-149, n.10, janeiro, 2003 Disponível em: <<http://www.technologyreview.com/biotech/13052>>. Acesso em: 13 nov. 2015.
- LÉVY, P. **Inteligencia Colectiva: por uma antropologia del ciberespacio**. Biblioteca Virtual em Salud, BIREME – OPS – OMS. Washington, 2004.
- MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1974.
- PEREIRA, V. Games 2.0 – gêneros e gramáticas de arranjos e ambientes midiáticos mediadores de experiências de entretenimento, sociabilidades e sensorialidades. In: ANTOUN, H. (org.). **Web 2.0**. Rio de Janeiro: Ed. Mauad X, 2008.
- SANTAELLA, L. **Matrizes da linguagem e pensamento**. São Paulo: Iluminuras. 2001.
- WRIGHT, B. **Comic book nation: the transformation of youth culture in America**. Cambridge: The Johns Hopkins University Press, 2003.